



AUDIT OPERASIONAL UNTUK MENILAI EFISIENSI  
DAN EFEKTIVITAS FUNGSI PEMASARAN PADA PT  
PEGADAIAN (PERSERO) DEPUTI BISNIS AREA  
TANGERANG

Proposal Seminar Thesis

Disusun Oleh : Bagus Sasmoyo

55513120055

PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2015



AUDIT OPERASIONAL UNTUK MENILAI EFISIENSI  
DAN EFEKTIVITAS FUNGSI PEMASARAN PADA PT  
PEGADAIAN (PERSERO) DEPUTI BISNIS AREA  
TANGERANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Program Magister Akuntansi

Proposal Seminar Thesis

Disusun Oleh : Bagus Sasmoyo

55513120055

PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2015

## PENGESAHAN TESIS

Judul : Audit Operasional Untuk Menilai Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada PT Pegadaian Persero Deputi Bisnis Area Tangerang

Nama : Bagus Sasmoyo

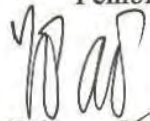
NIM : 55513120055

Program : Pascasarjana Program Magister Akuntansi

Tanggal : 07 Oktober 2015

Mengesahkan

Pembimbing I



Dr. Tubagus Ismail, SE., MM., Ak

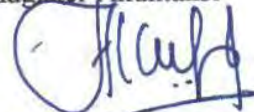
Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi

Magister Akuntansi



Dr. Istianingsih, M.S., Ak., CA., CSRS

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Audit Operasional Untuk Menilai Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada PT Pegadaian Persero Deputi Bisnis Area Tangerang

Nama : Bagus Sasmoyo

NIM : 55513120055

Program : Pascasarjana Program Magister Akuntansi

Tanggal : 07 Oktober 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Akuntansi Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kemagisteran pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 07 Oktober 2015



Bagus Sasmoyo

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang dengan tulus penuh kasih memberikan kekuatan dan kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Audit Operasional Untuk Menilai Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada PT Pegadaian Persero Deputi Bisnis Area Tangerang”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascajana (S2) pada program Pasca Sarjana Magister Akuntansi Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah Swt yang telah memberikan nikmat dan karuniaNYA sehingga kita masih diberikan kesempatan untuk selalu beribadah kepada Nya.
2. Dr.Istianingsih M.S,Ak.CA,CSRS selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Universitas Mercubuana sekaligus sebagai dosen penguji tesis.
3. Dr.Tubagus Ismail,SE,MM,Ak selaku Dosen Pembimbing yang sangat membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr.Dewi Anggraini Faisol,Ak.ME selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan saran kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Seluruh dosen dan karyawan di Program Studi Magister Akuntansi yang telah memberikan ilmu dan membantu penulis selama perkuliahan.

## DAFTAR ISI

	halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	11
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Audit Manajemen .....	13
2.1.1 Pendahuluan .....	13
2.1.2 Konsep Dan Definisi Audit Manajemen .....	13
2.1.3 Tujuan Dan Manfaat Audit Manajemen .....	16

2.1.4 Tahap-Tahap Audit Manajemen .....	18
2.1.5 Standar dalam Audit Manajemen .....	18
2.2 Teori Pemasaran .....	19
2.2.1 Definisi Pemasaran .....	19
2.2.2 Konsep Penjualan .....	22
2.2.3 Konsep Pemasaran .....	22
2.2.4 Marketing Mix .....	23
2.3 Audit Pemasaran .....	25
2.3.1 Definisi Audit Pemasaran .....	25
2.3.2 Tipe Tipe Audit Pemasaran .....	26
2.3.3 Karakteristik Audit Pemasaran .....	26
2.3.4 Sasaran Audit Pemasaran .....	28
2.4 Efisiensi dan Efektivitas .....	31
2.4.1 Efektivitas .....	31
2.4.2 Efisiensi .....	32
2.5 Penelitian Terdahulu .....	33
2.6 Rerangka Penelitian .....	34
2.6.1 Pengaruh Audit Operasional Terhadap Efisiensi .....	37
2.6.2 Pengaruh Audit Operasional terhadap Efektivitas .....	38



2.6.3 Pengaruh Efisiensi Terhadap Fungsi Pemasaran .....	38
2.6.4 Pengaruh Efektivitas Terhadap Fungsi Pemasaran .....	39

### **BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	40
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	43
3.1.3 GCG Perusahaan .....	44
3.1.4 Kode Etik Perusahaan .....	48
3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan dan Tugas Pokok .....	50
3.1.6 Budaya Perusahaan .....	76
3.1.7 Produk Perusahaan .....	77
3.1.8 Tempat Penelitian .....	87

### **BAB IV DESAIN DAN METODOLOGI PENELITIAN**

4.1 Jenis Penelitian .....	88
4.1.1 Audit Operasional .....	88
4.1.2 Efisiensi .....	89
4.1.3 Efektivitas .....	89
4.1.4 Kinerja Pemasaran .....	90



4.2 Variabel dan Pengukurannya .....	90
4.2.1 Skala Pengukuran .....	91
4.3 Populasi dan Sampel .....	92
4.4 Metode Pengumpulan Data .....	92
4.5 Metode Analisis Data .....	92
4.5.1 Model Struktural atau Inner Model .....	94
4.5.2 Model Pengukuran atau Outer Model .....	95
4.5.3 Metode Sobel .....	96
 <b>BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Gambaran Umum Responden .....	98
5.1.1 Jenis Kelamin .....	98
5.1.2 Usia .....	99
5.1.3 Pendidikan .....	99
5.1.4 Jabatan .....	100
5.2 Hasil Penelitian Deskriptif .....	100
5.3 Pengujian Kualitas Data .....	101
5.3.1 Uji Validitas .....	101
5.3.2 Uji Reliabilitas .....	102

5.4 Analisis Data .....	103
5.4.1 Menilai Outer Model .....	103
5.4.1.1 Outer Model Variabel Audit Operasional .....	104
5.4.1.2 <i>Outer Model</i> Variabel Efisiensi .....	106
5.4.1.3 <i>Outer Model</i> Variabel Efektivitas .....	107
5.4.1.4 <i>Outer Model</i> Variabel Kinerja Pemasaran.....	108
5.4.2 Pengujian Hipotesis dengan <i>Inner Model</i> .....	110
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Simpulan .....	112
6.2 Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xii
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	xiii

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Skema Rerangka Penelitian .....	37
3.1	Struktur Organisasi Deputi Bisnis Area Tangerang .....	51
5.1	<i>Full Model Structural Partial Least Square</i> .....	104
5.2	<i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Audit Operasional .....	105
5.3	<i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Efisiensi .....	106
5.4	<i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Efektivitas .....	107
5.5	<i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Kinerja Pemasaran .....	109



## DAFTAR TABEL

1.1	Data biaya langganan internet Pegadaian bulan Januari – Juni 2014 pada mata anggaran 514.10.04 (Biaya langganan internet/data) .....	2
1.2	Daftar Pencapaian OSL sd 20 Nop 2014 Kanwil Selindo .....	10
2.1	Penelitian Terdahulu .....	33
5.1	Jenis Kelamin .....	98
5.2	Usia .....	99
5.3	Persentase Pendidikan Responden .....	99
5.4	Jabatan Responden .....	100
5.5	Persentase Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	100
5.6	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	101
5.7	<i>Correlations of Latent Variables</i> .....	101
5.8	<i>Composite Reliability</i> .....	102
5.9	Nilai <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Audit Operasional ..	105
5.10	Nilai <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Efisiensi .....	106
5.11	Nilai <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Efektivitas.....	108
5.12	Nilai <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i> Variabel Kinerja Pemasaran..	109
5.13	<i>Results for inner weights</i> .....	110
5.14	<i>R-Square</i> .....	110